

Recibido / Received: 30/09/2019

Para enlazar con este artículo / To link to this article:

<http://dx.doi.org/10.6035/MonTI.2019.ne5.1>

Para citar este artículo / To cite this article:

Montero Küpper, Silvia; Montse Vázquez Gestal & Iván Puentes Rivera. (2019) "La ciencia de la comunicación y sus relaciones e interacciones con la traducción e interpretación: las denominaciones del rescate bancario en el debate sobre el estado de la nación en España." En: Montero Küpper, Silvia; Montse Vázquez Gestal & Iván Puentes Rivera (eds.) 2019. *Comunicación, Traducción e Interpretación / Communication, Translation and Interpreting. MonTI Special Issue 5*, pp. 25-44.

LA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y SUS RELACIONES E INTERACCIONES CON LA TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN: LAS DENOMINACIONES DEL RESCATE BANCARIO EN EL DEBATE SOBRE EL ESTADO DE LA NACIÓN EN ESPAÑA¹

COMMUNICATION SCIENCES AND THEIR LINKS AND
INTERACTIONS WITH TRANSLATION AND INTERPRETING. THE
DENOMINATIONS OF BAILOUT IN THE STATE OF THE NATION
DEBATE IN SPAIN

SILVIA MONTERO KÜPPER

smontero@uvigo.es
Universidade de Vigo

MONTSE VÁZQUEZ GESTAL

mvgestal@uvigo.es
Universidade de Vigo

IVAN PUENTES RIVERA

ivanpuentes@gmail.com
Universidade da Coruña

1. Agradecimientos: Este artículo forma parte de los trabajos desarrollados en el seno del proyecto de investigación "DEBATv, Debates Electorales Televisados en España: Modelos,



Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.

Resumen

La conexión entre las disciplinas de la Comunicación y la Traducción e Interpretación va más allá de una simple traducción de términos y correspondencias, ya que precisa de una interpretación del mundo y un contexto para entender el verdadero significado de los términos e ideas. En este artículo analizamos el caso de varios términos y su utilización e interpretación por parte de los políticos y medios, dentro de un contexto político y económico determinado, para poner en valor la necesidad de colaboración de ambas disciplinas. El Debate del Estado de la Nación en España es el escenario para observar el uso de denominaciones como *rescate*, *préstamo* o *crédito* de manera partidista y con valores pragmáticos diferentes dependiendo de la intencionalidad buscada por cada interlocutor.

Palabras clave: Comunicación; Traducción; Debates; Variación terminológica; Rescate bancario

Abstract

The link between the disciplines of Communication and Translation and Interpreting goes beyond a simple translation of terms and correlations, as it requires an interpretation of the world and a context in order to understand the true meaning of terms and ideas. In this article, we analyse the case of several terms and their use and interpretation by politicians and the media within a specific political and economic context in order to demonstrate the value of collaboration between both disciplines. Spain's State of the Nation Debate is the stage where we see the partisan use of denominations such as *bailout*, *loan* or *credit* and with different pragmatic values based on each speaker's intention.

Keywords: Communication; Translation; Debates; Terminological variation; Bailout

1. Introducción

La difusión de las nuevas tecnologías ha transformado considerablemente los canales y los modos de comunicación masiva. La Ciencia de la Comunicación,

Proceso, Diagnóstico y Propuesta” (CSO2017-83159-R) proyecto de I+D+I (Retos) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) del Gobierno de España, con el apoyo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea; además de enmarcarse en las investigaciones de la Red Internacional de Investigación de la Gestión de la Comunicación, XESCOM, proyecto de investigación financiado en régimen de concurrencia competitiva por la Consellería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia.

ocupada en el estudio y la reflexión de las interrelaciones entre los humanos, sufre esta evolución, no solo por el cambio en la forma de transmitir la información y el conocimiento, sino también en los tiempos y modos de la transmisión de comunicación, los criterios de noticiabilidad, el papel y las competencias del redactor y su relación con otras culturas, los cambios en los roles de los receptores o la volatilidad de las noticias, así como con los demás elementos del proceso de comunicación. Cambio que llega a su origen y objeto de estudio, y provoca múltiples interpretaciones y corrientes (Martín Algarra 2008). Por su parte, la interpretación y la traducción como procesos cognitivos y comunicativos transculturales que se desarrollan en un contexto social y cada vez con mayor alcance internacional, también han experimentado esa evolución.

Tanto redactores como traductores e intérpretes, mediadores y especialistas de la comunicación comparten características y funciones que hasta la actualidad solo en ocasiones han sido objeto de un enfoque interdisciplinario. Contamos con trabajos sobre la comunicación y la transmisión de conocimientos en el ámbito literario, sobre todo entre Occidente y Oriente (*Global Media Journal -- Édition canadienne* 5:1, 2012). También existen reflexiones sobre las mutaciones, el estado de salud de determinados medios de comunicación y sobre los desafíos a los que deben enfrentarse ante el impacto de las nuevas tecnologías (López Rabadán & Murciano Martínez 2012). Y, recientemente, asistimos a estudios sobre traducción y comunicación que apuestan por la interdisciplinariedad y que cuentan con contribuciones sobre la traducción periodística, el trasvase cultural en el ámbito audiovisual y en los medios de comunicación de masas (cf. Martín Ruano & Vidal Claramonte, eds. 2016).

Las Ciencias de la Comunicación y los estudios de Traducción e Interpretación son campos de investigación productivos por su relevancia cultural, política y social. Existen zonas de contacto que conllevan una dependencia mutua entre los campos de actuación de ambas. De hecho, son muchos los estudiosos que insisten en la necesidad de un enfoque interdisciplinar en el que no puede faltar el componente sociológico (Valdeón 2012; Holland 2013; Bielsa 2016, etc.). Destacamos algunas de estas zonas:

- La neurocomunicación, neurolingüística y neuromarketing especialmente en un mundo internacional.

- La publicidad tradicional o las nuevas formas de comunicación persuasiva, patrocinio, mecenazgo, *bartering* o *product placement*.
- La traducción e interpretación para los medios de comunicación: traducción periodística, traducción audiovisual; interpretación simultánea o la subtitulación en directo mediante rehablado.
- La mediación cultural y lingüística en los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), en los metamedios digitales (blogs, webs, plataformas) y en las redes sociales generalistas y científicas. Entre otros.

Constituyen, asimismo, un objeto de estudio interdisciplinario el análisis de la comunicación corporativa, política e institucional que opera en un ámbito transnacional; o la transmisión del conocimiento especializado en los medios de comunicación en un mundo cada vez más globalizado.

El campo de estudio de la Comunicación incluye el fenómeno de la traducción e interpretación, pero suelen ser ámbitos en los que el trasvase es patente, como es el caso de la interpretación simultánea o la traducción audiovisual. Sin embargo, muchos procesos de traducción² que son inherentes a otros procesos de la comunicación están, a menudo, ocultos.

En la comunicación internacional son importantes los factores políticos, culturales y estilístico-pragmáticos para ofrecer un texto (escrito o oral) que se adecúe a las expectativas del público, a la vez que cumpla con el cometido de transmitir información. Además, los términos son semánticamente dinámicos, tanto diacrónica como sincrónicamente. Por ello, es de suma importancia que los comunicadores no solo cuenten con competencia en el ámbito de especialidad sino con las habilidades y conocimientos interculturales que les permitan un reencuadre adecuado.

Podemos, por ejemplo, pensar en el caso de la publicidad. La globalización de los mercados a finales del siglo XX y las nuevas formas y herramientas comunicativas con la llegada de Internet provocan un imparable cambio en

2. 'Traducción' remite tanto a la traducción en sentido estricto como amplio; i.e. que incluye un proceso de transculturación que puede conllevar importantes transformaciones e incluir la producción de texto (escrito u oral) a partir de varias fuentes (cf. otras denominaciones en el campo de la traducción periodística 'transedición', Stetting (1989); localización, recontextualización, etc.).

la publicidad internacional que tiene que navegar entre distintas estrategias y vertientes para la globalización de sus campañas, la adecuación de las marcas a diferentes mercados no solo con públicos diferentes sino con lenguas y culturas completamente distintas; no es válida la mera traducción de contenidos sino que precisa saber interpretar un concepto que nace de un desarrollo estratégico, pero cuya forma final debe adaptarse a elementos que no tienen por qué ser del ámbito estrictamente publicitario.

En este sentido, Corbacho (2010) destaca, en relación con la construcción de la publicidad internacional, a partir de la expansión de las empresas en un mercado cada vez más global, que “la globalización de mercados ha convenido a los publicistas de la necesidad de considerar las diferencias culturales y lingüísticas entre ellos como un obstáculo para comunicar sus mensajes de forma eficaz.” (Corbacho 2010: 183).

En esta aportación buscamos evidenciar un aspecto de la correlación existente entre algunos ámbitos de la interpretación y traducción intra o intercultural y los medios de comunicación. Para ilustrar la relevancia de la competencia transcultural por parte de los especialistas en comunicación, hemos optado por un estudio de caso de variación terminológica extrapolable a la traducción intercultural. El redactor, traductor o intérprete precisa conocer e identificar las causas y los valores de las variaciones denominativas o conceptuales de un término para poder transmitirlo adecuadamente.

En el tercer apartado describimos y comparamos los valores semántico-pragmáticos en alemán y español de términos frecuentes en la comunicación sobre la crisis económica, *Rettung* y *rescate*, que parten de una metáfora conceptual común y que *a priori* se consideran sinónimos.

El posterior análisis centra la atención en la metáfora terminológica *rescate* y sus variantes denominativas *préstamo* y *crédito* utilizado por los representantes políticos en el debate sobre el estado de la nación del año 2015 en España.

2. Traducción, Comunicación y variación denominativa

Una línea de investigación que ha ganado terreno en los Estudios de Traducción e Interpretación en los últimos 20 años es la investigación en traducción periodística.

No es nuestro propósito ofrecer aquí un recorrido por la respectiva investigación realizada en estos años (Valdeón 2015), pero sí nos interesa destacar

algunas reflexiones que estimamos son extrapolables a otros ámbitos de la Comunicación.

En este ámbito, los estudios que analizan la visibilidad e imagen de la traductora/intérprete o el discurso sobre la actividad traductora o de interpretación en los medios son escasos (Diriker 2005; El Islam Sidi Bah 2015; Luna Alonso y Del Pozo Triviño/Fernandes del Pozo en este volumen) pues, generalmente, la atención se dirige a la traducción como proceso o producto.

Las voces que aquejan la invisibilidad de la traducción en los medios, a pesar de constituir esta un elemento clave en el proceso de producción e reencuadre de noticias internacionales, son recurrentes (Hernández Guerrero 2009; Bielsa & Bassnett 2009; Schäffner & Bassnett 2010; Cronin 2012).

Desde hace aproximadamente una década, las publicaciones sobre la traducción de noticias inciden con más énfasis en el poderoso papel que estas transformaciones (lingüístico-culturales) desempeñan en un contexto político (Schäffner & Bassnett 2010; Baumann et al. 2011; Gagnon 2012; Zanettin 2016; Valdeón 2016; Davier 2017). De hecho, no se puede obviar que la traducción ostenta una importante influencia a través de la conformación de las noticias en los medios, que alcanza varias culturas diferentes.

La socióloga Bielsa (2016) aboga por una traducción en los medios que posibilita una visión cosmopolita con el fin de fomentar la conciencia global. El descubrimiento de realidades de otras culturas contribuye a ampliar horizontes a la vez que favorece una mutua comprensión y aproximación entre culturas sin apropiarse de ellas. El conocimiento de alteridades a través de traducciones nos brinda la posibilidad de convertirnos en cosmopolitas críticos (Montero Küpper 2016: 56). Esta idea supone revisar la estrategia traductiva en la transformación de noticias internacionales que “por defecto es domesticadora” (Holland 2013: 340). El proceso de domesticación evita explicitar muchos rasgos que precisamente definen la alteridad ya que se simplifica la realidad ajena optando a menudo por un denominador común. Este procedimiento de trasvase trae aparejadas una simplificación y globalización de los acontecimientos y realidades de culturas diferentes. La globalización, que también afecta a estados de cosas y conceptos, nos hace creer que vivimos en un mundo homogéneo, aun cuando las diferencias sociales o culturales existen, tal y como nos muestra el ejemplo del concepto *rescate* aquí expuesto.

La estrategia comunicativa adecuada no pasa por una traducción patente, pero es preciso que los medios de comunicación hagan hincapié en los elementos culturales diferenciadores, aun cuando los agentes a menudo desempeñan su labor de redactores transculturales bajo presión.³

Para las dilucidaciones en relación al análisis discursivo de las variaciones terminológica nos apoyamos en la Teoría Comunicativa de la Terminología (Cabré 1999). Este enfoque nos permite considerar la variación denominativa y conceptual de los términos.⁴ Además, la TCT considera también la dimensión pragmática como constitutiva de las unidades léxicas especializadas (Cabré 1999: 147 s.):

Desde una perspectiva social, los términos son unidades que por el hecho de formar parte de las lenguas participan de la multidimensionalidad del lenguaje. Y, en consecuencia, además de su valor denominativo, las unidades terminológicas cumplen muchas otras funciones lingüísticas, y también culturales, sociales, económicas y políticas. Los términos además de denominar los objetos sirven para expresar las diferencias conceptuales ligadas a la cultura de una comunidad.

A esto se añade que la función primordialmente argumentativa del discurso analizado, y cuyo destinatario es sobre todo un público semi-especializado (o incluso no especializado), puede dar lugar a un alto grado de variación tanto semántica como denominativa por razones estilísticas y/o discursivas.⁵ Fernández-Silva (2016) señala como causa de la variación terminológica el papel cognitivo y retórico que desempeña y que en los discursos analizados está ideológicamente motivado. Señalamos, finalmente, la metáfora terminológica que se caracteriza por “simplificar el significado del término técnico” a la vez que ofrece “una visión más holística del concepto nombrado” (Mateo Martínez 2007: 196).

3. Sobre la facilidad de globalizar encuadres y conceptos metafóricos a través de calcos interculturales ya se han pronunciado especialistas en Comunicación o en el ámbito de la Lingüística Cognitiva, como por Lakoff & Johnson (1980), Entman (1993) o Arrese (2015), en el contexto de la prensa española, y Wehling (2016) en EUA y el ámbito germanófono.

4. *Versus* las teorías tradicionales de la biunivocidad (*Eineindeutigkeit*) de Wüster (1991) o Arntz y Picht (1989).

5. Cf. el concepto de variación denominativa con consecuencias cognitivas, Cabré (2008).

3. Contexto cultural y disparidad semántica

En una rueda de prensa de junio de 2012, tras el pacto europeo para recapitalizar la banca española, el ministro de Economía español, de Guindos, insistía en que “esto no tiene que ver con un rescate, es un préstamo en condiciones muy favorables [...] para dar estabilidad a las entidades que lo necesiten” (*El País*, 09/06/ 2012). Cuando dos días después el entonces presidente, Mariano Rajoy, hablaba de “una línea de crédito europea” (*El País*, 11/06/2012) evitando el uso de la palabra *rescate*, muchas personas pusieron el grito en el cielo tildando estas denominaciones de eufemismo.

Los citados episodios nos sugieren que el término *rescate* alberga un significado semántico-pragmático negativo y que esta unidad monolexical, aunque aparentemente menos explícita que la denominación de De Guindos (“préstamo en condiciones muy favorables”), sí reproduciría de manera correcta y concisa el tipo de asistencia financiera otorgada.

Comprobamos esta disparidad en la utilización del término entre los grupos políticos en un caso concreto, el debate del estado de la Nación de 2015, en una sesión marcada por un escenario de crisis económica y que deja entrever las posibilidades de esta metáfora.

También los medios de comunicación reflejan y modulan, en función de su cultura o ideología, la percepción que la sociedad tiene de la realidad: En el estudio del *Reuters Institute for the Study of Journalism* sobre la percepción de la crisis del euro en la prensa europea, de los informes alemán y español se desprende que los periódicos alemanes y españoles difieren en su forma de exponer la realidad: para la prensa alemana, en las causas de la crisis priman las políticas sociales y fiscales (33,82%), seguidas de las políticas de los bancos y otras instituciones financieras (25%) (Kepplinger et al. 2013: 18). En los periódicos españoles, en un 59,9% de los artículos no se habla de causas y, sobre las políticas sociales y fiscales (5,5%) y políticas de las entidades financieras (8%) solo se manifiestan un pequeño porcentaje de artículos (Arrese & Alfonso Vara 2013: 14).

Las metáforas más frecuentes, en el informe alemán, de mayor a menor frecuencia son: *griechische Tragödie*, *Rettungsschirm* (paracaídas de rescate) y *Bazooka* (Kepplinger et al. 2013: 36); el informe español cita *contagio*,

tormenta, *fuego/cortafuegos*, *rescate/bailout*⁶ y *burbuja* como las más frecuentes (Arrese & Alfonso Vara 2013: 30). Datos que apuntan a una domesticación de las realidades en la prensa que adapta las preferencias estilístico-pragmáticas a sendos contextos culturales.

Al margen de estas preferencias, las investigaciones sobre la metáfora económica de la crisis confirman una congruencia conceptual importante entre las culturas estudiadas.

Por una parte, parece evidente que la globalización de la economía y, concretamente, de la crisis se vea reflejada en los medios de comunicación, no solo temáticamente sino a través de préstamos o calcos para conceptos en nuevos contextos (Fernández Rodríguez y Galanes Santos, 2015: 278).⁷ Por la otra parte, resulta decepcionante que medios de comunicación con declaradas diferencias ideológicas manifiesten una ‘universalidad’ en el uso de expresiones metafóricas tal y como constata Arrese (2015: 30) en relación con el discurso de la prensa española. Rojo López y Orts Llopis (2010: 3311), por su parte, corroboran el hecho de que las conceptualizaciones dan cuenta del contexto histórico o cultural:

not only linguistic constructions are different between languages, but also the same economic reality may be very differently conceptualized at different points of time, on account of very different socio-political, historical factors.

En el rescate financiero, la conceptualización alemana y española responde a realidades casi antagónicas debido a las posiciones de poder económico que ocupan con consecuencias diferentes para uno y otro. En relación con el concepto RESCATE constatamos que, tanto la denominación española *rescate* como la alemana *Rettung* remiten a una acción que pretende remediar una situación de emergencia; se trata, por tanto, de un acto de solidaridad (positivo). También el concepto de la metáfora *rescate*, que se refiere a la ayuda financiera que se presta a un estado u otra entidad con el fin de evitar su quiebra, coincide en ambas lenguas.

6. No se indica cuál es la expresión más utilizada de estas variantes.

7. Remitimos también al proyecto de investigación, liderado por Alves (Universidade de São Paulo) y Galanes (Universidade de Vigo), *Valores culturales y didácticos en la metáfora de especialidad: las múltiples imágenes de la crisis económica mundial en la prensa escrita* (desde 2013).

No obstante, sabemos que rescate no se percibe únicamente como algo positivo: el hecho de señalar la necesidad de ser rescatado implica admitir la pérdida de autonomía y la dependencia de otra entidad. Se considera una forma de capitulación y pérdida de soberanía. Estos significados son inherentes a estos términos en ambas culturas, pero cobran un valor especial diferenciado: mientras que España se encuentra en la situación de solicitante, le compete a Alemania, en calidad de auspiciadora, prestar e incluso conceder el rescate. Aun así, mientras que los españoles perciben la referencia a la nefasta situación de los bancos, la amenaza de perder la soberanía nacional, la mala gestión y supervisión, la corrupción, etc., en los medios de comunicación alemanes subyace la idea de 'Alemania tiene que pagar porque los españoles viven por encima de sus posibilidades'. Ambos términos transportan connotaciones negativas, pero con semánticas diferenciadas.

La problemática no está ausente en situaciones intratradutivas: no es lo mismo si la Comisión Europea o el Eurogrupo emplean en sus comunicaciones la metáfora terminológica (eng) *bailout* o si lo leemos en un ensayo de Yanis Varoufakis. Lo que en el primer caso puede tener la intención de un mero tecnicismo (aunque metafórico) funcional, en el segundo ciertamente conlleva una amplitud de reflexiones críticas de las que carece el primero.

4. Variantes denominativas de *rescate bancario* en el discurso de los representantes políticos

Estas diferencias mencionadas: los usos metafóricos, las coincidencias léxicas, las interpretaciones culturales o los usos semánticos diferenciadas en el término *rescate* entre España y Alemania, también existen en el ejemplo escogido, en un contexto más "interno", y es que la utilización del término *rescate* tampoco es igual según sea la ubicación política de quien lo pronuncie.

Situémonos en tiempo, lugar y contexto concreto: año 2015, el Congreso de los Diputados, 24 a 26 de febrero de 2015, Debate sobre el Estado de la Nación. España aún está en crisis y antes de acabar el año, volverá a las urnas. Se trata de analizar cómo y, sobre todo, en qué medida los representantes políticos recurren al empleo de la terminología de la crisis, confrontando lo indicado por los medios internacionales y nacionales mencionados con la transcripción literal de las intervenciones de esos políticos durante dicho

debate que, al margen de acontecimientos excepcionales, es el momento de mayor trascendencia pública y mediática de una legislatura. Vamos a los términos antes referidos: *rescate/rescatar*, *crédito*, *préstamo/prestar*. Incluimos además, el término *crisis*.

4.1. Análisis del Debate sobre el Estado de la Nación de 2015

Se transcriben las intervenciones de los portavoces parlamentarios del Diario de Sesiones de los días 24, 25 y 26 de febrero y se añade al presidente Rajoy:

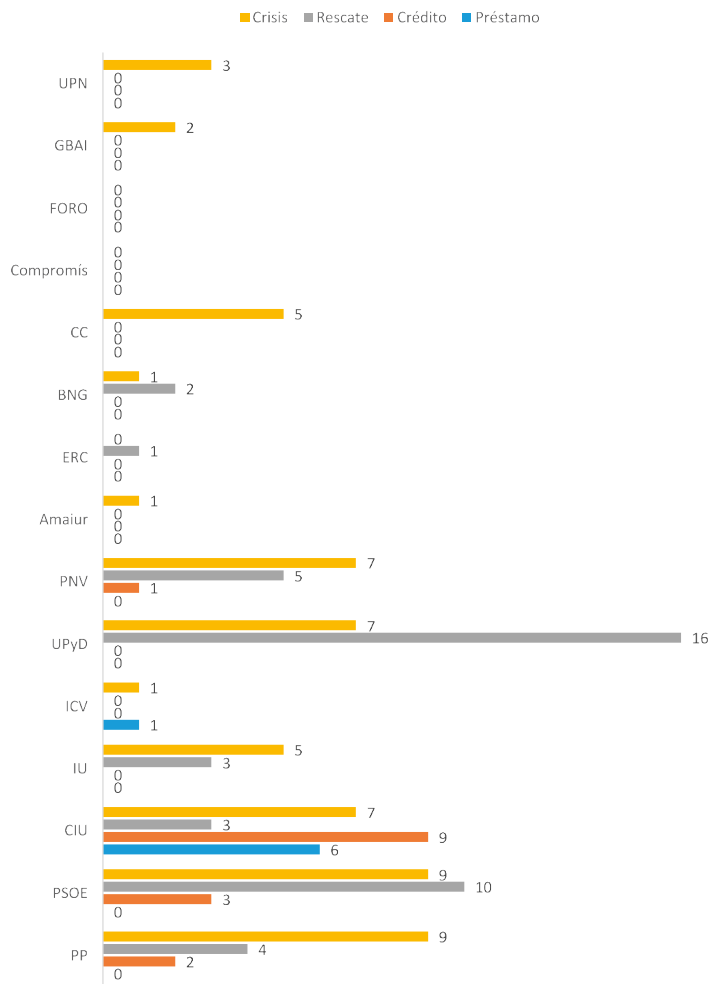
Tabla 1. Portavoces y grupos parlamentarios intervinientes en el Debate sobre el Estado de la Nación del año 2015

Portavoz	Grupo Parlamentario
Mariano Rajoy	Presidente del Gobierno
Rafael Antonio Hernando	Popular (PP)
Pedro Sánchez	Socialista (PSOE)
Josep Antoni Duran i Lleida	Catalán de Convergència i d'Unió (CiU)
Alberto Garzón	La Izquierda Plural - Izquierda Unida (IU)
Joan Coscubiela	La Izquierda Plural - Iniciativa per Catalunya-Verds (ICV)
Rosa Díez	Unión Progreso y Democracia (UPyD)
Aitor Esteban	Vasco (PNV)
Sabino Cuadra	Grupo Mixto – Amaiur
Alfred Bosch	Grupo Mixto - Esquerra Republicana de Catalunya (ERC)
Olaia Fernández Davila	Grupo Mixto - Bloque Nacionalista Galego (BNG)
Ana Oramas	Grupo Mixto - Coalición Canaria (CC)
Joan Baldoví	Grupo Mixto - Compromís
Enrique Álvarez Sostres	Grupo Mixto - Foro Asturias (FORO)
Uxue Barkos	Grupo Mixto - Geroa Bai (GBAI)
Carlos Salvador	Grupo Mixto - Unión del Pueblo Navarro (UPN)

Fuente: Elaboración propia

Del análisis de los discursos de todos ellos se desprende el siguiente gráfico:

Gráfico 1. Empleo de la terminología seleccionada en el Debate sobre el Estado de la Nación del año 2015



Fuente: Elaboración propia a partir del Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados

Los 5 términos investigados (*crisis*, *rescate/rescatar*, *crédito*, *préstamo/prestar*), sobresalen en las intervenciones del debate.

El término más pronunciado es *crisis*, eje central del discurso político y público de esos años. Aparece un total de 57 veces en el Diario de Sesiones. Es la palabra más repetida y más pronunciada por la mayoría de portavoces cuando se analizan individualmente los discursos. Si le sumamos las veces que la pronuncia el presidente Rajoy, que veremos posteriormente, el total asciende a 88 menciones.

En el Partido Popular (9 menciones), la alusión a dicho término es tanto negativa (herencia del anterior gobierno socialista), como positiva, hacia una recuperación por las políticas aplicadas por su gobierno durante el actual mandato.

También se observa la presencia de dicho término en las intervenciones del Grupo Mixto (12 menciones). Es preciso aclarar que dicho grupo divide su tiempo en 8 intervenciones, una por cada partido que forma parte de él, de ahí que el número de veces mencionado se dispare. Frente a ello, tres grupos optan en sus discursos por otro concepto que mencionan con mayor fuerza y es la palabra *rescate*.

Es el término más repetido por parte del grupo socialista (10 veces, por 9 que menciona *crisis*) y, especialmente, por Unidad Progreso y Democracia, UPyD, que recurre a *rescate o rescatar* en 16 ocasiones. Finalmente, el grupo catalán de CiU opta por *crédito* antes que por *crisis* (9 frente a 7) e incluso por *préstamo o prestar* antes que *rescate* (6 frente a 3).

Resulta interesante analizar el uso del término *rescate*, no solo por ser con *crisis* el término más repetido, sino por las diferencias notables que existen entre los diversos grupos. Así, el principal partido de la oposición, el Partido Socialista, recurre a él constantemente para teñir negativamente la gestión económica del gobierno del Partido Popular; estrategia similar a la que siguen UPyD, el Partido Nacionalista Vasco o la Izquierda Plural, mientras que el grupo popular prácticamente evita su pronunciación y, cuando lo hace, es para negar que dicho rescate se haya producido.

Es destacable el caso del partido catalán, CiU, uno de los grupos más beligerantes con el gobierno de Rajoy (ya estaba en la agenda política el referéndum de independencia de Cataluña), pues su portavoz es reticente a pronunciar la palabra *rescate*. Es el único caso, incluido el PP, en el que el

término *rescate* no es ni el primero ni el segundo más mencionado, sino el cuarto, por detrás de *préstamo*, claro eufemismo. La razón de ello es que CiU era el partido que gobernaba en Cataluña, autonomía rescatada económicamente por el Gobierno de España.

Cuatro de los grupos parlamentarios: Partido Popular, Izquierda Plural (IU más ICV), Partido Nacionalista Vasco y el Grupo Mixto centran su discurso en ambos términos. Aun así, considerado grupo a grupo, los dos términos, *crisis* y *rescate*, aparecen en muy pocas ocasiones (12 y 3) pero solo BNG y ERC hablan de *rescate*, y *crisis* sólo es mencionado por 4 grupos.

En la intervención del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, observamos un uso de los términos muy alejado del resto de portavoces. Utiliza los cuatro conceptos analizados pero, la libre disposición de tiempo de réplica e intervención hace que el cómputo de las palabras no pueda compararse con el discurso del resto de portavoces.

Tabla 2. Terminología empleada por el presidente del Gobierno en el Debate sobre el Estado de la Nación del año 2015

	Crisis	Rescate	Crédito	Préstamo
Presidente	31	35	37	30

Fuente: Elaboración propia a partir del Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados

Tal y como se observa, el eufemismo *crédito* es el más usado en el discurso del presidente, incluso si se le suma *préstamo*, empleado como sinónimo, también eufemístico, de la anterior, el número de veces que pronuncia una u otra (67 en total) duplica prácticamente a las palabras *crisis* y *rescate*, que se usan como referencia negativa al anterior Gobierno del PSOE.

4.2. Resultados

El análisis de los discursos revela el valor semántico-pragmático que se atribuye a las variantes denominativas de *rescate* analizadas. Queda patente que estos términos se usan en función de la perspectiva que se quiere ofrecer de una realidad.

Observamos que la preferencia por los términos con connotación negativa o por sus eufemismos responde a una lógica de gobierno – oposición más que a una cuestión ideológica, derecha o izquierda. El caso analizado muestra que quien está en el gobierno recurre más a las variantes terminológicas eufemísticas, mientras que la oposición busca el término negativo. Dicho uso se mantiene incluso en los diferentes estadios territoriales, caso de CiU que, siendo oposición en el Congreso de los Diputados, gobernaba en su comunidad, utilizando más las variantes con valor positivo. Aquellos que son oposición en todos los estratos, usan el término más negativo, caso del BNG o ERC.

La excepción la mantiene el PNV, partido de gobierno en su comunidad y sustento del Gobierno en el Congreso de los Diputados, que habla abiertamente de *rescate*. El régimen económico especial del territorio vasco, con autonomía financiera, puede ser la explicación.

En el Grupo Mixto, con 8 partidos, el uso de los términos es más desigual. Los más utilizados, *crisis* (12 veces) y *rescate* (3), ni siquiera son mencionados por todas las formaciones. Entendemos que, teniendo en cuenta que sus intervenciones suelen ser limitadas en el tiempo, en muchos casos aprovechan esos minutos para centrarse en inversiones o demandas concretas para sus regiones.

De un modo más general, los cambios en el uso de las denominaciones entre los políticos parece indicar que, en el año 2015, se produce la transición de lo que podríamos denominar el lenguaje de la crisis al lenguaje postcrisis, en el que, paulatinamente, van desapareciendo, por ejemplo, los términos y metáforas referenciados en el informe de *Reuters*, permaneciendo únicamente los más definitorios o concretos, tanto en relación con los eufemismos *crédito* o *préstamo*, que presentan una relación sinonímica imprecisa, se han utilizado como sinónimos parciales, como al término base *rescate*, que proyecta un significado negativo.

5. Conclusiones

La Comunicación y los Estudios de Traducción e Interpretación son mundos con suficientes puntos de conexión, por lo que abogamos por desarrollar investigaciones interdisciplinares con relevancia cultural, política o económica. La relación cada vez más importante y profunda entre los contenidos

y medios de comunicación, sus actores y actividades, más allá de una simple traducción de términos y conceptos, exige una puesta en común para trascender a la especificidad de cada campo y compartir elementos que expliquen la realidad y cambios actuales.

Las dilucidaciones críticas de la metáfora terminológica *rescate/Rettung*, que se consideran equivalentes interlingüísticos, sirven para explicar cómo el significado de un concepto transfronterizo difiere en función del contexto comunicativo. Consideramos que una amplia competencia lingüístico-cultural, tanto para la práctica de la traducción o de la interpretación como para los profesionales de los medios de comunicación, además de conocimientos específicos, resultan imprescindibles para evitar una domesticación por falta de criterios y, consecuentemente, una pérdida de los valores culturales, quedando la información original mermada e imprecisa.

La comunicación en el ámbito político, el uso de términos y sus connotaciones no siempre objetivas, ofrecen campo de observación a ambas disciplinas, con estudios de caso sobre, por ejemplo, la interpretación de debates políticos, como el del Estado de la Nación que nos sirve de corpus para discriminar, a modo de ejemplo, las variantes denominativas con consecuencias-cognitivas *rescate*, *préstamo* y *crédito*, que establecen una relación de sinonimia parcial entre sí. Los resultados esbozados del análisis intralingüístico de dichas variantes muestran que, incluso en el ámbito especializado, se pueden hacer notar las diferencias culturales, y cómo la variación denominativa pone de relieve diferentes valores semántico-pragmáticos del concepto en dependencia de la situación comunicativa.

Del mismo modo que el intérprete, traductor interlingüístico o el profesional de la comunicación han de saber discriminar las variaciones terminológicas, que obedecen a diferentes motivaciones (estilísticas, retóricas, etc.), estos profesionales precisan disponer de una marcada sensibilización interlingüística y cultural para obviar simplificaciones indebidas en el trasvase intra o interlingüístico de los acontecimientos y realidades. Recordemos también que compete a los medios de comunicación, los traductores o intérpretes, ofrecer información respetuosa con las actitudes o características culturales expresadas.

Referencias bibliográficas

- ARNTZ, Reiner & Heribert Picht. (1989) *Einführung in die Terminologearbeit*. Hildesheim: Olms.
- ARRESE, Ángel. (2015) “Las metáforas de la crisis del euro en la prensa española.” *Communication & Society* 28:2, pp. 19-39.
- ARRESE, Ángel & Miguel Alfonso Vara. (2013) *The Euro Crisis, Media Coverage, and Perceptions of Europe within the EU. Report on Spain*. Reuters Institute for the Study of Journalism: University of Oxford. Versión electrónica: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/research/research-focus-areas/business-and-financialreporting/the-euro-crisis-media-coverage-and-perceptions-of-europe-within-the-eu.html>>
- BAUMANN, Gerd; Marie Gillespie & Annabelle Sreberny (eds.) (2011) *Special Issue. Journalism* 12:2, pp. 135-238.
- BIELSA, Esperança. (2016) “La traducción en los medios de comunicación: una perspectiva cosmopolita.” En: Martín Ruano, M.^a Rosario & África Vidal Claramonte (eds.) 2016. *Traducción, Medios de Comunicación, Opinión Pública*. Granada: Comares, pp. 17-35.
- BIELSA, Esperança & Susan Bassnett. (2009) *Translation in Global News*. Londres et al.: Routledge.
- CABRÉ, M.^a Teresa. (2008) “El principio de poliedricidad: la articulación de lo discursivo, lo cognitivo y lo lingüístico en terminología.” *Iberia* 16, pp. 9-36.
- CABRÉ, M.^a Teresa. (1999) *La terminología: representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Barcelona: IULA-UPF.
- CORBACHO VALENCIA, José Manuel. (2010) “De la estandarización a la adaptación en la publicidad internacional. Revisión teórica del debate.” *Zer* 15:28, pp. 181-196.
- Cortes Generales. (2015) *Sesión plenaria número 245, celebrada el martes 24 de febrero de 2015*. Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, n. 262, pp. 1-72. Versión electrónica: <http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/DS/PL/DSCD-10-PL-262.PDF>
- Cortes Generales. (2015) *Sesión plenaria número 246, celebrada el miércoles 25 de febrero de 2015*. Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, n. 263, pp. 1-46. Versión electrónica: <http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/DS/PL/DSCD-10-PL-263.PDF>
- Cortes Generales. (2015) *Sesión plenaria número 247, celebrada el jueves 26 de febrero de 2015*. Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, n. 264,

- pp. 1-46. Versión electrónica: <http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/DS/PL/DSCD-10-PL-264.PDF>
- CRONIN, Michael. (2012) *Translation in the Digital Age*. Londres et al.: Routledge.
- DAVIER, Lucile. (2017) *Les enjeux de la traduction dans les agences de presse*. Villeneuve-d'Ascq: Presses universitaires du Septentrion.
- DEL POZO TRIVIÑO, Maribel & Doris Fernandes del Pozo. (2019) "Estudio de la reputación online de la profesión de intérprete en la prensa digital española: primeras aproximaciones." *MonTi Special Issue* 5.
- DIRIKER, Ebru. (2005) "Presenting simultaneous interpreting: Discourse of the Turkish media, 1988-2003." *aiic.net* March 21, 2005. Versión electrónica: <<http://aiic.net/p/1742>>
- ENTMAN, Robert. (1993) "Framing: Towards a Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43:3, pp. 51-58.
- EL ISLAM SIDI BAH, Nour. (2015) *La prensa y la traducción e interpretación en los servicios públicos*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Tesis doctoral inédita. Versión electrónica: <https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/669535/el_islam_ould_sidi_nour.pdf?sequence=1>
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Áurea & Iolanda Galanes Santos. (2015) "La crise hypothétique et ses dénominations." *Babel International Journal of translation* 61:2, pp. 265-281.
- FERNÁNDEZ-SILVA, Sabela. (2016) "The cognitive and rhetorical role of term variation and its contribution to knowledge construction in research articles." *Terminology* 22:1, pp. 52-79.
- GAGNON, Chantal. (2012) "La visibilité de la traduction au Canada en journalisme politique: mythe ou réalité?" *Meta* 57:4, pp. 943-959.
- HERNÁNDEZ GUERRERO, M.^a José. (2009) *Traducción y periodismo*. Berna: Peter Lang.
- HOLLAND, Robert. (2013) "News translation." En: Millán-Varela, Carmen & Francesca Bartrina (eds.) 2000. *The Routledge Handbook of Translation Studies*. Londres: Routledge, pp. 332-346.
- KEPPLINGER, Hans-Matthias; Heinz-Werner Nienstedt; Olivier Quiring et al. (2013) *The Euro Crisis, Media Coverage, and Perceptions of Europe within the EU. Report on Germany*. Reuters Institute for the Study of Journalism: University of Oxford. Versión electrónica: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/research/research-focus-areas/business-and-financialreporting/>>

- the-euro-crisis-media-coverage-and-perceptions-of-europe-within-the-eu.html>
- LAKOFF, George & Mark JOHNSON. (1980) *Metaphors we live by*. Chicago: The University Press.
- LÓPEZ RABADÁN, Pablo & Marcial Murciano Martínez. (2012) “Retos del periodismo ante el nuevo escenario digital.” *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* 4, pp. 17-19. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.2>
- LUNA ALONSO, Ana. (2019) “Cobertura y tratamiento informativo de la persona que traduce en la prensa.” *MonTi Special Issue* 5.
- MARTÍN ALGARRA, Manuel. (2009) “La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación.” *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura* 38, pp. 151-172
- MARTÍN RUANO, M. Rosario & África Vidal Claramonte (eds.) (2016) *Traducción, Medios de Comunicación, Opinión Pública*. Granada: Comares.
- MATEO MARTÍNEZ, José. (2007) “El lenguaje de las ciencias económicas.” En: Alcaraz, Enrique; José Mateo & Francisco Yus (eds.) 2007. *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona: Ariel, pp. 191-203.
- MONTERO KÜPPER, Silvia. (2016) “Políticas para la traducción de textos literarios.” En: Galanes Santos, Iolanda et alii (eds.) 2016. *La traducción literaria. Nuevas investigaciones*. Granada: Comares, pp. 53-72).
- ROJO LÓPEZ, Ana María & M.ª Ángeles Orts Llopis. (2010) “Metaphorical Pattern Analysis in Financial Texts: Framing the Crisis in Positive or Negative Metaphorical Terms.” *Journal of Pragmatics* 42:12, pp. 3300-3313.
- STETTING, Karen. (1989) “Transediting – A new term for coping with the grey area between editing and translating.” En: Caie, Graham; Kirsten Haastrup, Arndt Jakobsen et al. (eds.) 1989. *Proceedings from the Fourth Nordic Conference for English Studies*. Copenhagen: Københavns Universitet, pp. 371-382.
- VALDEÓN, Roberto A. (2016) “Traducción periodística y gatekeeping.” En: Martín Ruano, M.ª Rosario & África Vidal Claramonte (eds.) 2016. pp. 35-51.
- VALDEÓN, Roberto A. (2015) “Fifteen years of journalistic translation research and more.” *Perspectives* 23:4, pp. 634-62.
- VALDEÓN, Roberto A. (ed.) (2012) *Journalisme et traduction*. Número especial de *Meta* 57:4.
- WEHLING, Elisabeth. (2016) *Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet und daraus Politik macht*. Colonia: Halem.

WÜSTER, Eugen. (1991) *Einführung in die Allgemeine Terminologielehre und terminologische Lexikographie*. Bonn: Romanistischer Verlag.

ZANETTIN, Federico. (2016) “The deadliest error”: translation, international relations and the news media.” *The Translator* 22:3, pp. 303-318.

NOTAS BIOGRÁFICAS

SILVIA MONTERO KÜPPER es M.A. por la Universidad de Bonn en Filología Románica, Literatura Alemana Moderna y Literatura Comparada y doctora en Traducción e Interpretación por la Universidad de Vigo, donde imparte clases de traducción. Su investigación actual está centrada en las políticas de la traducción editorial, la traducción literaria gallega (enfoque sociológico) y en el discurso metatraductivo en la prensa.

MONTSE VÁZQUEZ GESTAL es profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de la Universidad de Vigo. Licenciada y Doctora en Ciencia de la Información. Miembro del grupo de Investigación CP2. Trabaja en el ámbito de la Creatividad y la Creatividad Publicitaria y las Estrategias de comunicación publicitarias y de relaciones públicas.

IVÁN PUENTES RIVERA es profesor del Departamento de Sociología y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de A Coruña (UDC). Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster en Investigación en Comunicación y Doctor en Comunicación por la Universidad de Vigo. Miembro del grupo de investigación CP2: Comunicación Persuasiva de dicha universidad y de la Red Internacional de Investigación de la Gestión de la Comunicación XESCOM, liderada por el Grupo Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela.